

Côtes-d'Armor AGROALIMENTAIRE



Anne Le Meur et Victor Étienne travaillent depuis trois ans sur ce concept de transformation du lait baptisé Au Pré !



© MATTHIEU LEMAN

WINFARM LANCE UN MODÈLE DE TRANSFORMATION DU LAIT



Winfarm lance un concept innovant de transformation du lait baptisé Au Pré!, qui comprend une marque nationale, une unité industrielle de fabrication, une gamme de produits laitiers et des services supports de marketing et de livraison. Ce modèle, porté par les enfants du fondateur du groupe, Anne Le Meur et Victor Étienne, espère séduire 50 exploitations laitières adhérentes dans les dix ans.

L

Le groupe Winfarm, premier acteur français proposant aux marchés de l'agriculture, de l'élevage, du cheval et du paysage, un ensemble de prestations de conseil, de services et de vente à distance, lance en ce mois de septembre un programme déterminant pour la société costarmoricaine. Un concept innovant de transformation laitière qui a nécessité trois ans de réflexion, d'études et de test. Une réalisation portée par la nouvelle génération qui côtoie leur père à la tête de l'entreprise : Anne Le Meur, 26 ans, et Victor Étienne, 31 ans, les enfants du fondateur et PDG du groupe, Patrice Étienne.

Le concept comporte une marque, « Au Pré! », et un slogan, « collectif de superlaitiers ». Au Pré! est tout à la fois une marque nationale à l'ancrage territorial, une unité industrielle de transformation du lait, une gamme de produits laitiers, un modèle de distribution et des services supports de marketing et de livraison. « Au Pré! est un réseau d'agriculteurs transformateurs portés par une vision commune et une marque forte », synthétise Anne Le Meur, directrice d'Au Pré!.

UNE GAMME DE 22 RÉFÉRENCES

Au Pré! leur propose un business model clé en main pour transformer et commercialiser le lait. L'unité de transformation, la laiterie, dont la première a été installée ces derniers mois à Bel Orient, la ferme pilote du groupe, sera composée d'un bâtiment de 700 m², au fonctionnement automatisé, qui emploiera quatre à cinq personnes à plein temps. 30 tonnes de produits transformés pourront en sortir chaque semaine.

La gamme comportera 22 références : lait frais, beurre, fromage frais enrichi en protéine, confiture de lait, yaourt à boire... « Nous travaillons depuis un an sur les recettes avec des laboratoires extérieurs »,



© MATTHIEU LEMAN

« Au Pré! sera une marque nationale à rayonnement local. »

Anne Le Meur, directrice d'Au Pré!

souligne Anne Le Meur. « Nous souhaitons qu'Au Pré! se distingue aussi par la qualité de ses produits. » Des recettes qui ont été testées par des panels de consommateurs et par la fratrie. « Pas testées, dévorées », sourit la dirigeante bretonne. « Grâce à la laiterie, le lait sera totalement transformé, il n'y aura pas de déchet ni de coproduit », poursuit son frère. L'engagement est que chaque litre de lait soit transformé, au minimum, en un kilo de produit fini.

MARQUE NATIONALE, RAYONNEMENT LOCAL

Le packaging a également fait l'objet d'études poussées. « Nous avons cherché quel matériau adapté au lait aurait l'impact carbone le plus faible possible », raconte Anne Le Meur. Le choix se porte finalement sur le polymère PET avec manchon rétractable également dans cette matière, pour une recyclabilité maximum, et des bouchons solidaires. « Ces derniers sont peu communs dans le domaine de l'agroalimentaire, excepté pour les eaux », pointe celle qui a été la responsable supply chain de Marie Morin avant d'intégrer l'entreprise familiale pour mener le projet Au Pré!. Tous les contenants originaux, pots et bouteilles, seront fabriqués par les Établissements Roty, à Québriac (35). Dans un souci de transparence, un QR Code, développé avec la start-up parisienne Connecting Food, retracera la vie du produit, de la présentation du troupeau de vaches au décompte de

« Notre modèle vise à séduire les agriculteurs, ce qui constitue le premier enjeu, comme les consommateurs »

Anne Le Meur et Victor Étienne

la date limite de consommation.

Côté distribution, la marque Au Pré ! sera une « marque nationale à rayonnement local ». Le nom « Au Pré ! » inclut ces deux dimensions : elle fait référence aux champs mais aussi à la proximité. Grâce au cahier des charges en amont et à la duplication de l'unité de production et des recettes, les produits Au Pré auront le même goût quel que soit leur lieu de production. Et ils seront distribués dans les 200 kilomètres autour de l'exploitation, à travers la restauration collective, la restauration commerciale et les métiers de bouche. « Une vente à la ferme, avec visite de la laiterie, sera également organisée une fois par semaine. » La marque bénéficiera également de l'appui des services supports de Winfarm, notamment de la RH, du RSE de la communication et de la Daf, qui viennent compléter le package Au Pré !.

« LES PIEDS DANS LES BOTTES »

Pour élaborer ce projet, « nous avons remis les pieds dans les bottes », précisent Anne Le Meur et Victor Étienne, petits-enfants d'un éleveur de porcs installé à Loudéac. Au Pré ! part en effet du terrain. D'une ferme située à la frontière entre les Côtes-d'Armor et le Morbihan, baptisée Bel Orient, à la tête de laquelle se trouve Victor Étienne depuis 2017. Winfarm y mène des tests suivant quatre grands axes : « le bien-être animal, l'optimisation du temps de travail des hommes, l'utilisation de la data dans l'exploitation agricole et les essais produits pour nos filiales », explique le dirigeant. « Nous avons retranscrit dans le cahier des charges d'Au Pré ! ce que nous réalisons à Bel Orient. » Ces quatre valeurs se retrouvent donc dans Au Pré !, qui s'adresse aux exploitations laitières



Anne Le Meur et Victor Étienne représentent la nouvelle génération à la tête de Winfarm, maison mère de Paveti.

FICHE ENTREPRISE

400

C'est le nombre de collaborateurs du groupe Winfarm.

50 000

C'est le nombre de clients revendiqué par Winfarm.

2020

C'est la date de l'introduction en Bourse du groupe Winfarm.

60

C'est le nombre de pays dans lequel Alphatech vend ses compléments alimentaires.

qui produisent de 1 300 à 2 000 tonnes de lait par an. Et situées près de grandes villes ou métropoles, pour le potentiel commercial.

Pour qu'elles intègrent le collectif des « superlaitiers », les agriculteurs à leur tête adhèrent au réseau, bénéficiant ainsi du business model qui comprend notamment l'achat de l'unité de transformation, dont ils sont propriétaires, le réseau de distribution et l'assistance (qualité, maintenance, marketing...). Ils doivent mettre en œuvre les normes de bien-être animal, de respect environnemental et de transparence contenues dans le cahier des charges. Un audit de l'exploitation est réalisé pour apporter les évolutions qui seraient nécessaires, ainsi qu'une étude pour l'implantation de l'outil industriel de transformation du lait. « Au bout de trois ans, les exploitations commercialiseront 100 % de leur production avec Au Pré !, après 60 % la première année et 80 % la deuxième », explique Victor Étienne.

OBJECTIF 50 EXPLOITATIONS ADHÉRENTES

« Notre modèle vise à séduire les agriculteurs, ce qui constitue le premier enjeu, comme les consommateurs », résumant les deux enfants de Patrice Étienne. « Les premiers restent patrons chez eux et bénéficient d'un système de transformation et de distribution en circuit court clé en main. Les seconds trouvent des produits régionaux du quotidien, pour toute la famille, toute l'année et sous une marque ayant du sens, respectueuse des animaux et des hommes. »

L'objectif pour Au Pré !, porté depuis janvier 2022 par une filiale de Winfarm baptisée Paveti, est de regrouper 50 exploitations laitières adhérentes dans les dix ans. L'objectif financier, lui, reste secret. Grâce aux visites hebdomadaires organisées à la ferme Bel Orient, qui ont longtemps été réalisées par Victor Étienne, des premiers exploitants se sont montrés intéressés avant même la révélation du concept.

Matthieu Leman



PAVETI, FILIALE DE WINFARM, LEADER FRANÇAIS DE LA VENTE À DISTANCE POUR LE MONDE AGRICOLE

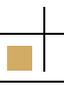
Pour Patrice Étienne, le fondateur au début des années 1990 de Winfarm, maison mère de Paveti, « le paysage de la ruralité a beaucoup évolué, nous devons accompagner nos clients sur leurs marchés en diversifiant notre offre produits. » Basé à Loudéac, son groupe est aujourd'hui le premier acteur français proposant aux marchés de l'agriculture, de l'élevage, du cheval et du paysage, des prestations de conseil, de services, et de vente à distance de produits et de solutions globales, uniques et intégrées. Cotée en Bourse depuis 2020, l'entreprise costarmoricaine a publié un chiffre d'affaires 2022 en hausse de 21 % à 130,8 millions d'euros. Winfarm compte 400 collaborateurs, 50 000 clients et six filiales. Le vaisseau amiral du groupe est Vital Concept, créé en 1996, leader français de la vente à distance pour le monde agricole et de l'élevage. Ce métier de



Le PDG Patrice Étienne continue la diversification des activités de Winfarm.

l'agro-fourniture comprend des offres spécifiques pour le monde équestre, avec Equidéos, et pour celui des paysages et espaces verts avec Kabélis (acquis en juillet 2022). L'activité de distribution a généré près de 117 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2022. Vital Concept compte 17 000 références. Second pôle, l'agro-nutrition (fabrication

de compléments alimentaires santé) est porté par la marque Alphatech. Ce métier a représenté 12,23 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2022. L'usine de la marque à Plaintel a fait l'objet de travaux d'agrandissement d'un montant de 6,5 millions d'euros, terminés en avril 2023. Alphatech réalise 65 % de son activité à l'export, dans plus de 60 pays. La part de l'international pour le groupe est de 20 %. Les activités de l'agro-conseil (Agri-tech, 1,13 M€ de CA), de l'agro-expérimentation (ferme de Bel Orient, 670 000 € de CA), de la formation (Seedevol, 38 000 €) et de la transformation (Paveti) complètent l'activité de la PME. Winfarm continue d'étudier les opportunités de croissance externe, notamment en Europe. Son objectif est d'atteindre les 200 millions d'euros de chiffre d'affaires de chiffre d'affaires avec un Ebitda de 6,5 % à l'horizon 2025.

GROUPE 
SOFT

5 métiers:

CONTRACTANT GÉNÉRAL
MAÎTRISE D'ŒUVRE
PROMOTEUR IMMOBILIER
FLUIDES & THERMIQUE
MAINTENANCE

BREST - RENNES - QUIMPER



ENSEMBLE POUR BÂTIR VOTRE AVENIR



www.groupe-soft.com

02 98 28 23 90
contact@groupe-soft.com

SIÈGE SOCIAL :
50 rue Gaston Esnault
29200 BREST

